

Struktur Iklan Dalam Bahasa Indonesia*

Oleh:

Drs. Suharyo, M.Hum.**

Fitri, S.S.***

Abstract

Language usage in "kecik" ad in "Suara Merdeka" was almost overlook that it actually (read: "kecik" ad) is one of the literary phenomenon that is not less interesting than the other literary phenomenon. If during this time can be said to escape from the attention perhaps because it is a small "kecik" thing, but if further researched it is quite interesting. First, for example in terms of morphology it is found the structure of contraction, perpetuation of consonants and vowels, like "jl (jual or jalan), ist (istimewa), BU (butuh uang), cpt (cepat), PS (power steering)". Second, from the aspect of syntactic the structure of "kecik" ad is characterized by perpetuation of a form of the phrase, as well as the utilization of various forms of active and passive sentences, etc. Third, from the aspect of lexicon in "kecik" ad is turned out to be structured in Indonesian, English, Javanese, and Betawi language, for example, in the ad is found some Javanese words like "maknyus, anyar, cespleng"; in Indonesian with Betawi dialect like "doang"; and in English like "PS (power steering)".

Key words: structure, ad, "kecik"

Pendahuluan

Latar Belakang

Iklan merupakan bentuk kegiatan komunikasi nonpersonal yang disampaikan lewat media untuk menyampaikan pesan yang bersifat membujuk (persuasif) kepada konsumen oleh perusahaan, lembaga nonkomersial, maupun pribadi yang berkepentingan (Dunn dan Burban dalam Widyatama, 2007: 15). Iklan akan menjadi efektif apabila pesan yang disampaikan mampu memberikan dampak tertentu atau reaksi pada khalayak sesuai dengan yang dikehendaki oleh komunikator. Oleh karena itu, kata-kata dalam bahasa iklan bersifat persuasif, informatif, dan mempunyai

* Dibiayai oleh Dana DIPA FIB Undip Semarang TA 2011

** Penulis adalah Staf Pengajar di Jurusan Bahasa Indonesia FIB UNDIP Semarang

*** Penulis adalah Staf Pengajar di Jurusan Bahasa Indonesia FIB UNDIP Semarang

daya tarik tinggi. Tidak terkecuali iklan baris yang terdapat di harian *Suara Merdeka*. Pesan iklan baris kerap kali ditulis dalam bentuk singkatan. Pemakaian angka-angka serta tanda baca juga digunakan dalam penyampaian informasi pada iklan baris. Seperti pada contoh berikut:

GREAT' 93 asli H pnjg, AC,TP,PW,PS

VR.17 Bdy Mls Istw (bs krdt). Hub: 70339575

Selain pemakaian singkatan, iklan baris juga banyak menggunakan bentuk istilah yang sudah dikenal dalam bahasa sehari-hari. Seperti pada contoh di atas terdapat istilah *Bdy Mls* (Body Mulus), *Istimewa*, *Terawat*, *Seksi*. Wujud pemakaian bahasa pada iklan baris juga sengaja dikreasikan oleh pengiklan agar iklan lebih efektif dan hemat dalam pembiayaannya. Wujud kreasi iklan yang berulang dan relatif tetap pada akhirnya membentuk struktur iklan. Lalu, pertanyaannya adalah bagaimanakah struktur iklan kecil? Tulisan ini mencoba mengungkapkannya.

1.2 Permasalahan

Tulisan ini akan mencoba mengungkap struktur iklan baris di harian *Suara Merdeka* dari aspek morfologi, sintaksis, dan leksikonnya.

1.3. Metodologi Penelitian

1.3.1. Tahap Penyediaan Data

Pada tahap penyediaan data digunakan metode simak dan teknik catat sebagaimana disarankan Sudaryanto (1993: 5 – 7) terhadap iklan kecil *Suara Merdeka* yang diambil secara acak dengan pertimbangan bahwa waktu atau tanggal penerbitan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perbedaan konten iklan. Selanjutnya, data tersebut dicatat dalam kartu-kartu data sekaligus dilakukan klasifikasi untuk mengetahui struktur iklan dari aspek morfologi, sintaksis, dan leksikonnya.

1.3.2 Tahap Analisis Data

Pada tahap ini, penulis mendeskripsikan struktur iklan kecil dari aspek morfologi, sintaksis, leksikon.

1.3.3 Tahap Penyajian Hasil Analisis

Hasil analisis data disusun dan disajikan secara deskriptif tentang struktur iklan kecil dari aspek morfologi, sintaksis, dan leksikonnya.

2. Kerangka Teori

Istilah kode dimaksudkan untuk menyebutkan salah satu varian di dalam hierarki kebahasaan. Kode dapat didefinisikan sebagai suatu sistem tutur yang penerapan unsur bahasanya mempunyai ciri khas sesuai dengan latar belakang penutur, relasi penutur dengan lawan bicara dan situasi tutur yang ada. Kode biasanya berbentuk varian bahasa yang secara nyata dipakai berkomunikasi suatu anggota masyarakat bahasa (Poedjosoedarmo, 1978: 30). Jadi, kode berbentuk varian-varian bahasa yang secara nyata dipakai dalam berkomunikasi dan berinteraksi antara orang yang satu dengan orang yang lain. Kode yang berupa variasi yang ada dalam iklan dapat dipandang dari segi fonologi, morfologi, dan sintaksis. Variasi yang berupa bentuk linguistik tersebut bukan tanpa pola, tetapi membentuk struktur yang khas. Kekhasan struktur tersebut dapat terjadi pada aspek fonologi, morfologi, dan sintaksis. Kekhasan pola-pola bentuk linguistik yang ada pada iklan tersebut akhirnya membentuk struktur yang dapat dikenali dari ketiga aspek tersebut. Struktur iklan dengan demikian dapat berupa struktur fonologis, morfologis, dan sintaksis yang khas. Kekhasan struktur iklan dalam ketiga aspek itulah yang akan diuraikan di dalam makalah ini.

Iklan menurut asal katanya berasal dari bahasa Arab yaitu *l'lan* kemudian diadopsi ke dalam bahasa Indonesia untuk menyebut istilah *advertensi/advertising* (Widyatama, 2007: 14). Kata *advertising* sendiri berasal dari bahasa Latin *ad-vere* yang berarti menyampaikan pikiran dan gagasan kepada pihak lain (Keppler dalam Mulyana, 2005: 63).

Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (2003: 421) iklan didefinisikan sebagai; (1) Berita pesanan untuk mendorong, membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang dan jasa yang ditawarkan; (2) Pemberitahuan kepada khalayak mengenai barang atau jasa yang dijual, di media massa (seperti surat kabar dan majalah) atau di tempat umum.

Bahasa dalam iklan sebagai penyampaian ide, pesan, dan maksud atau informasi dari pengiklan dalam rangka menarik dan meraih simpati pembaca harus menggunakan ragam bahasa kreatif. Iklan merupakan sebuah bentuk komunikasi yang khas, karena kekhasan tersebut yang membedakan iklan dari bentuk komunikasi wacana tulis atau lisan yang lain. Perbedaan ini terletak pada ragam bahasa, retorika penyampaian, dan daya persuasi yang diciptakan. Pada iklan, bahasanya distrategikan agar berdaya persuasi, yaitu mempengaruhi masyarakat agar tertarik dan membeli. Sehubungan dengan tujuan tersebut, Jeffkin (dalam Kasali, 1995: 9) dengan jelas mengemukakan bahwa *advertising aims to persuade people to buy* (iklan bertujuan untuk mempengaruhi masyarakat untuk membeli (produk)).

Dalam *Ensiklopedi Nasional Indonesia* (1997: 28) disebutkan bermacam-macam jenis iklan yaitu (1) Iklan baris atau iklan mini (2) Iklan blok atau iklan *display*, yang menyertakan gambar atau foto dan hiasan yang menarik dan biasanya berukuran besar; (3) Iklan buta, yang merupakan iklan anonim karena tidak menyebutkan identitas pemasangnya; (4) Iklan halaman di muka

(5) Iklan keluarga, kelahiran, pertunangan, perkawinan, atau kematian; (6) Iklan kuping, iklan yang dimuat dalam boks berukuran kecil di sebelah kiri dan kanan logo (nama) surat kabar; (7) Iklan muhibah, iklan yang biasanya dimuat atau disiarkan oleh media massa dengan kerja sama orang atau lembaga, baik pemerintah atau swasta; (8) Iklan pulau, yakni iklan yang dimuat “ menyendiri “ pada suatu halaman koran atau majalah dan dikelilingi berita atau tulisan; dan (9) Iklan sponsor, iklan berita berupa tulisan yang sepihak tampak seperti laporan biasa, tetapi sarat dengan pesan untuk mempromosikan suatu perusahaan, produk, dan negara.

Jenis iklan yang akan dibahas dalam tulisan ini adalah iklan baris atau iklan kecil. Dalam *KBBI* (2003: 421) “iklan baris” mempunyai dua makna yaitu pertama, iklan kecil (singkat) yang terdiri atas beberapa baris saja di sebuah kolom dan kedua, iklan yang dikelompokkan menurut klasifikasi tertentu dan umumnya hanya seluas satu kolom (biasanya tidak menggunakan gambar).

3. Hasil dan Pembahasan

Dalam tulisan ini, aspek-aspek kebahasaan yang dikaji dalam iklan baris meliputi aspek fonologi (penggunaan huruf, tanda baca), morfologi (meliputi abreviasi: singkatan dan akronim), aspek sintaksis (struktur), dan aspek leksikon.

3.1 Pengekalan Huruf

1. Pengekalan Satu Huruf Pertama pada Kata

Dari sisi fonologi, iklan memiliki ciri berupa pengekalan satu huruf dari suatu kata, seperti contoh berikut.

- (1) Jual Notebook 2th B'garansi Mau?
 T. 70364362,PoenyaQu.Sriwijaya47A

Huruf *T* yang dikekalkan pada contoh data tersebut merupakan singkatan kata *telepon* karena diikuti nomor telepon (70364362).

2. Pengekalan Dua Huruf Pertama pada Kata

Ciri khas berikut yang menjadi penanda struktur iklan kecil adalah berupa pengekalan dua huruf pertama pada kata, seperti contoh berikut:

- (2) Hi Wnt2,YgSndr Yg g SndrG' Hi. **Co**29Th
 Kan isi Hri2 DgCnda2 diSMSmu Jdkan
 Tmmu,SpThuJodhmu:) 085640807475

Data (2) pada bentuk pengekalan **co** merujuk pada kata **cowok**. Hal ini dapat diketahui dari konteks dan konteksnya.

3. Pengekalan Tiga Huruf Pertama pada Kata

Berikut merupakan pengekelan tiga huruf pertama (*lam* dari kata *lamaran*) pada kata.

- (3) DICARI WAITERS U/RM, dom.Majapahit
Lam lkp Ruko Gayamsari No.16 Smg

4. Pengekelan Empat Huruf Pertama pada Kata

Di bawah ini contoh data dengan bentuk singkatan berupa pengekelan empat huruf pertama (*angs* dari kata *angsuran*) pada kata.

- (4) SZK SMASH UM.500RB.WIS KOMPLIT
Angs.370rb-an. Hub:Bobby 70168988

5. Pengekelan Lima Huruf Pertama pada Kata

Contoh:

- (5) RMH T.21 Full **Renov**,Lt.84M2,Kebon
Subur I/53 Pc.Gading T. 70645109
(*Suara Merdeka*, 3 Mei 2008)

6. Pengekelan Huruf Pertama dan Terakhir pada Kata

Bentuk singkatan berupa pengekelan huruf pertama dan terakhir kata dapat dilihat pada contoh berikut.

- (6) JUAL TP: TNH HM **Ls**. 500m2 DktPerum
Green Vilage 250rb/m T:70264021

Bentuk singkatan dengan pengekelan huruf pertama dan terakhir pada data di atas adalah *L(ua)s*.

7. Pengekelan Huruf-huruf Pertama Suku Kata

Di bawah ini contoh datanya pengekelan huruf-huruf pertama pada suku kata.

- (7) SARI BUAH MERAH Papua asli u/**Sgl**
Mcm Pnykt Lsg Tokceer,Knkr,Diabet
Paru2,Jntg,AidsDII.024-6925173

Aspek singkatan dengan pengekelan huruf-huruf pertama suku kata pada data tersebut adalah *Sgl* (*se-ga-la*).

8. Pengekelan Huruf Pertama Suku Kata Pertama dan Huruf Pertama dan Suku Akhir Kata Kedua pada Kata

Contoh:

- (8) NEW BOY MSSG u/ P/W Pgl/ditmpt
08588 588 0548 **Bth** Tenaga Baru

Singkatan *Bth* merupakan kependekan dari kata *butuh*

9. Pengekalan Semua Konsonan

Berikut contoh data bentuk singkatan berupa pengekaln semua konsonan.

- (9) MODESTO JEANS TempatNyandang Mrh
&Modis **Hrg**Dr35rban.MenorehRy 100

Hrg merupakan bentuk singkatan dengan pengekaln semua konsonan dari kata *harga*.

Dari hasil analisis data, bentuk pengekaln semua konsonan adalah bentuk singkatan yang paling banyak digunakan oleh pemasang iklan dalam menyampaikan pesan.

10. Pengekalan Semua Konsonan Berakhir Vokal

Bentuk singkatan dengan mengekalkan semua konsonan berakhir vokal terdapat pada contoh data di bawah ini.

- (10) JUAL TOYOTA RUSH 4.th'00. **Kndsi**
Bagus. Di Singosari 2 no. 8

Singkatan *Kndsi* pada data adalah kependekan dari kata *kondisi*.

11. Pengekalan Dua Huruf Pertama dan Huruf Awal Tiga Suku

Contoh:

- (11) JUAL BU: RMH & Tempat **Ush** di Per3aan
Bkt Kencana Raya T; 024-70327659

Kata tersebut adalah singkatan *Ush* yang merujuk pada kata *usaha*.

12. Pengekalan Dua Huruf Pertama dan Pengekalan Semua Konsonan

Berikut ini contoh data pengekaln dua huruf pertama dan pengekaln semua konsonan.

- (12) STNK MTR HONDA H2699ZL & H6123YA
BgYgMenemukan Ada **Imbln** 76743887

Kata *imbalan* (**im-balan**)pada tuturan disingkat menjadi *Imbln*.

13. Penghilangan Huruf Vokal Pertama yang Diawali Konsonan

Contoh no. 27 (terawat → trawat) dan 28(sedia → sdia) berikut.

- (13) P. ROYAL,97 (H)Tgn1, ljo,Istimewa
Barang **Trawat**.Hub:70153656

Singkatan *Trawat* pada data adalah kependekan dari kata *Terawat*.

14. Penyingkatan Kata dalam Proses Morfologis

Proses morfologis merupakan proses penambahan imbuhan baik awalan maupun akhiran pada kata dasar. Kata-kata berimbuhan bisa disingkat dapat diketahui dari koteks dan konteks yang menyertainya, seperti contoh berikut.

- (14) Menyewakan Genset Silent SglAcara
Hrn/**Blnn**,Murah8448172-0818248495

Berdasarkan konteks kalimat di atas, *blnn* merupakan kependekan dari kata *bulanan*.

15. Penyingkatan dengan Lambang Bilangan dan Tanda Baca

Iklan baris juga memanfaatkan lambang-lambang bilangan dan tanda baca untuk meringkas atau menyingkat kata-kata dalam teks, contoh berikut.

- (15) **BNR2**LuarBiasa! SIDEKICK'96 H, KM
MdH, TglPake,71jt T:08122935968

Bnr2 merupakan contoh kata reduplikasi *benar-benar*. Berbeda dengan contoh di atas, contoh berikut angka bukan sebagai penanda reduplikasi, tetapi menunjuk pada kata yang dilambangkan dengan angka, seperti contoh berikut ini.

- (16) KATANA GX'97 HijauMetalik(G)46Jt
100%Ors Cat.**Tiada2nya**. T70133145
(17) CITROEN FAF'82 Antik.bs.TT,**Roda2**
Hub:PuspowarnoII/7 T.70246298

Tiada2nya (dibaca tiada duanya) dan *Roda2*(roda dua) bukan tiada-tiada* dan roda-roda*. Selain angka, dalam iklan juga ditemukan penggunaan tanda & yang berarti *dan* , – yang berarti *sampai*, tanda / yang berarti *atau*, seperti contoh berikut.

- (18) JUAL BU: RMH & TempatUsh di Per3aan
Bkt Kencana Raya T; 024-70327659
(19) HONDA SUPRA FIT 2003-2007,Lelang

Paket/1an,Hrg Lmt 4-5 Jutaan
Di JKT:02145865328,08881006869

16. Penyingkatan pada Frasa

Terdapat pola khusus dalam cara menyingkat frasa pada iklan baris, yaitu dengan mengekalkan huruf pertama kata pertamanya diikuti dengan tanda titik. Contoh berikut.

(20) 24 JAM T.6595316 SERVIS/J/BELI
Tukar/Tambah: AC,Kulkas,**M.Cuci**,
K.Gas,P.Air,TV Rp.15rb Garansi!

Data (20) terdapat tiga frasa yang disingkat dalam penulisannya antara lain *M. Cuci*, *K. Gas*, *P. Air*. Frase-frase tersebut disingkat dengan mengekalkan kata pertamanya. *M. Cuci*, *K. Gas*, dan *P. Air* adalah kependekan dari frase *mesin cuci*, *kompas gas*, dan *pompa air*.

17. Pengekalan Suku Pertama atau Kedua pada Tiap Komponen

Contoh:

(21) **RUKO**,Tengah Kota Strategis
Murah,Bbs Banjir.Ph:9100.606

Ruko merupakan pengekalan dari *ru*(mah) dan *(to)ko*. Secara luas, akronim *ruko* telah diketahui oleh masyarakat.

18. Pengekalan Berbagai Huruf dan Suku Kata pada Tiap Komponen

Contoh:

(22) KURSUS TEKNISI HP Dijmn Sd Bisa
□30Hr Hard/Software Praktek sd
HP Terbaru Kls Pagi/Sore Bea 1Jt
Diangsur.Bns Alat.Srtfkt **Depnaker**
Hub:Elkacom Jl.Hos Cokroaminoto
No.15 Smg,T.024-3520659

Akronim *Depnaker* juga secara umum diketahui oleh masyarakat. *Depnaker* adalah bentuk akronim baku yang mengacu pada sebuah instansi pemerintahan. *Depnaker* adalah singkatan dari Departemen Tenaga Kerja.

Secara ringkas, struktur iklan kecil dapat dirumuskan dalam tabel berikut.

Bentuk Singkat	Bentuk-bentuk Singkatan		Contoh
Singkatan	Pengekalan Satu Huruf Pertama pada Kata		"T" (kependekan dari "Telepon")
	Pengekalan Dua Huruf Pertama pada Kata		"No" (kependekan dari "Nomor")
	Pengekalan Tiga Huruf Pertama pada Kata		"Hub" (kependekan dari "Hubungi")
	Pengekalan Empat Huruf Pertama pada Kata		"Pros" (kependekan dari "Proses")
	Pengekalan Lima Huruf Pertama pada Kata		"Renov" (kependekan dari "Renov")
	Pengekalan Huruf Pertama dan Terakhir pada Kata		"JL" (kependekan dari "Jual")
	Pengekalan Huruf-huruf Pertama Suku Kata		"Trm" (kependekan dari "Terima")
	Pengekalan Huruf Pertama Suku Kata Pertama dan Huruf Terakhir dan Suku Akhir Kata Kedua pada Kata		"Bth" (kependekan dari "Butuh")
	Pengekalan Semua Konsonan		"Kryw" (kependekan dari "Karyawan")
	Pengekalan Semua Konsonan Berakhir Vokal		"Kndsi" (kependekan dari "Kondisi")
	Pengekalan Dua Huruf Pertama dan Huruf Awal Suku Ketiga		"Ors" (kependekan dari "Orisinil")
	Pengekalan Dua Huruf Pertama dan Pengekalan Semua Konsonan		"Intrvw" (kependekan dari "Interview")
	Penghilangan Huruf Vokal Pertama yang Diawali Konsonan		"Sdia" (kependekan dari "Sedia")
	Penyingkatan Kata dalam Proses Morfologis		"Dbthkn" (kependekan dari "Dibutuhkan")
	Penyingkatan dengan Lambang Bilangan dan Tanda	Pengekalan Bilangan dengan Makna Reduplikasi	"Imut2" (kependekan dari "Imut-imut")
		Pengekalan Bilangan dengan Makna Angka	"Simpang5" (kependekan dari "Simpang")

	Baca		"Simpang Lima")
		Pengekalan Bilangan dengan Menggunakan Makna Tanda Baca	"Dbthkn" (kependekan dari "Dibutuhkan")
		Pengekalan Bilangan dengan Menggunakan Makna Tanda Baca	"Dbthkn" (kependekan dari "Dibutuhkan")
	Penyingkatan Pada Frase		"S.Pakai" (kependekan dari "Siap Pakai")
Akronim	Pengekalan Huruf Pertama Tiap Komponen		"PAM" (kependekan dari "Perusahaan Air Minum")
	Pengekalan Suku Pertama Tiap Komponen		"Pahe" (kependekan dari "Paket Hemat")
	Pengekalan Berbagai Huruf dan Suku Kata dari Tiap Komponen		"Depnaker" (kependekan dari "Departemen Tenaga Kerja")

3.2 Struktur Iklan dari Aspek Kalimat

Kalimat diperlukan untuk membahasakan ide atau gagasan yang ditujukan untuk mempengaruhi pembaca. Akan tetapi, mengingat ruang iklan yang sangat terbatas, kalimat dibuat dalam bentuk singkat, padat, dan jelas. Berdasarkan analisis sintaktis yang dilakukan struktur iklan kecil berupa kalimat aktif, kalimat pasif, dan kalimat elips, seperti contoh di bawah ini.

3.2.1 Kalimat Aktif dan Pasif

Dari segi aspek kalimat, struktur kalimat dalam iklan berupa kalimat aktif dan pasif, seperti contoh berikut.

(23) **AMANAHC Mnywkan Kjg LGX,Avanza**

Inova+Sopir.Sbr,Nyaman T:6714105

(24) **RMH DKNTRKAN di VILLA CANDI ASRI**

SiapPakai Pertgl 15Mei'08,Ls/Lb=

300/200m2,Furnished.T:0811297758

3.2.2 Kalimat Elips

Selain kalimat aktif dan pasif, struktur iklan juga berupa kalimat elips, seperti contoh berikut.

- (25) Menyewakan Genset Silent SglAcara
Hrn/**BInn**,Murah8448172-0818248495

3.3 Aspek Leksikon

Dari aspek leksikon, struktur iklan memanfaatkan kosakata daerah dan bahasa asing. Berikut adalah contohnya.

- (26) SCORPIO Z Msh**Reyen**,AnSdr(H)17,5Jt
AfaPermai JIAfall/1,024-70235989
- (27) PEUGEOT 505gr'86 AC TP ORS H Pjg
Msn**Waras**,BodyJoss 12,5jt:70373557
- (28) 2JUTA **DOANG** Dapat Rumah!!!
Beli Sekarang Pasti Lebih Murah
Free UM, Ppn,BPHTB,Cicilan 3x+Bns
T.27=70Jt, T,36=90Jt, Ready Stock
BangetayuAsri T70690003/70690004
- (29) **OGAH** BOTAK?? PAKAI CUPLUCK! Full/
HalfFace; Merdeka Helm-jl. MSupeno
- (30) Tdk Puas dgn **Income** Anda?**sideJob**
Sbg Konsultan,Syrt:S1,sdg Krj
Pny kend.sendiri,SMS:08998178729

Jika ditilik dari jumlah pemakaiannya, bahasa Inggris dan bahasa Jawa mendominasi struktur iklan dari aspek leksikal, sedangkan bahasa Indonesia dialek Betawi relative kecil. Ini mudah dipahami karena segmen pembaca harian *Suara Merdeka* adalah masyarakat Jawa.

Keterangan gambar:

4. Simpulan

Akibat keterbatasan ruang di satu sisi dan di sisi lain pemanfaatan potensi bahasa semaksimal mungkin dalam upayanya mempersuasi pembaca, menyebabkan struktur iklan menjadi ringkas, padat, tetapi informative, dan komunikatif; yaitu berupa singkatan dan akronim. Struktur akronim dan singkatan dibangun melalui pengekelan huruf baik pada tataran suku kata ataupun kata. Misalnya, pengekelan huruf pertama dari kata, pengekelan pertama dari suku kata, pengekelan semua konsonan dan akronim. Secara lengkap disajikan dalam bentuk tabel berikut.

Dari aspek sintaksis, kalimat aktif, pasif, dan kalimat ellipsis merupakan pembentuk struktur iklan kecil. Sementara, pada aspek leksikon, unsur bahasa yang dimanfaatkan sebagai pembentuk struktur iklan kecil yaitu bahasa Jawa, bahasa Indonesia dialek Jakarta, dan bahasa Inggris.

Daftar Pustaka

- Alwi, Hasan, dkk. 2000. *Pedoman Umum Ejaan yang Disempurnakan*. Jakarta: Pusat Bahasa.
- _____. 2003. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa.
- Alwasilah, A. Chaedar. 1985. *Sosiologi Bahasa*. Bandung: Penerbit Eresco.
- Anonim. "Iklan Baris" dalam www.wikipedia.com, diakses 3 Agustus 2008.
- Chaer, Abdul. 2007. *Leksikologi dan Leksikografi Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chaer, Abdul dan Agustina, Leoni. 1995. *Sosiolinguistik Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ensiklopedi Nasional Indonesia. 1989. *Iklan*. Jakarta: Cipta Adi Pustaka.
- Kasali, Rhenald. 1992. *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Keraf, Gorys. 2007. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kentjono, Djoko. 1982. *Dasar-Dasar Linguistik Umum*. Jakarta: Fakultas Sastra Universitas Indonesia.
- Kridalaksana, Harimurti. 1996. *Pembentukan Kata dalam Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia.
- _____. 2008. *Kamus Linguistik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Mahsun. 2005. *Metode Penulisan Bahasa: Tahapan Strategis, Metode, dan Tekniknya*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Maryani. 2001. "Analisis Wacana Iklan Baris tentang Lowongan Pekerjaan". *Skripsi (S-1)*. Fakultas Ilmu Budaya Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Moeliono, Anton M, dkk. 1988. *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Mulyana. 2005. *Kajian Wacana*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- _____. 1992. *Tanya Jawab Ejaan Bahasa Indonesia untuk Umum*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Nababan, P. W. J. 1984. *Sosiolinguistik Suatu Pengantar*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Parera, Jos Daniel. 1993. *Leksikon Istilah Pembelajaran Bahasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Poedjosoedarmo, Soepomo. 1976. *Analisis Variasi Bahasa*. Yogyakarta: P3B Depdikbud.
- _____. 1984. *Pengantar Sociolinguistik*. Yogyakarta: Sanata Darma.
- Ramlan, M. 2001. *Ilmu Bahasa Indonesia: Sintaksis*. Yogyakarta: Karyono.
- _____. 1987. *Morfologi: Suatu Tinjauan Deskriptif*. Yogyakarta: Karyono.
- _____. 1975. *Masalah Aktif-Pasif dalam Bahasa Indonesia*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Razak, Abdul. 1986. *Kalimat Efektif*. Jakarta: Gramedia.
- Sudaryanto. 1993. *Metode dan Teknik Analisis Bahasa: Pengantar Penelitian Wahana Kebudayaan Secara Linguistik*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.
- Sofiah. 2003. "Keefektifan Penggunaan Singkatan pada Wacana Iklan Mini dalam Surat Kabar". *Skripsi (S-1)*. Fakultas Pendidikan Bahasa dan Sastra Universitas Negeri Semarang. Semarang
- Suwito, 1985. *Sociolinguistik Pengantar Awal*. Surakarta: Henry Offset.
- Widyatama, Rendra. 2007. *Pengantar Periklanan*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.
- Zainuddin. 1992. *Materi Pokok Bahasa dan Sastra Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta.